

Fünf Fragen an Nicola Jentzsch

Auskunfteien: Schafft ein neues Datenschutzgesetz mehr Transparenz?

Frau Jentzsch, macht es für den Bürger einen Unterschied, ob es nur eine Kreditauskunftei gibt oder mehrere, die miteinander in Konkurrenz stehen?

Das macht einen großen Unterschied. Eine Auskunftei ist klar als Monopol erkennbar und damit die eine Stelle, an die ich herantreten muss, wenn ich beispielsweise überprüfen will, welche Daten über mich abgespeichert sind. Wenn mehrere Unternehmen miteinander im Wettbewerb stehen, so kann es aber unter Umständen intransparent für den Konsumenten werden, was Streitbeilegungsverfahren oder die Korrektur von Daten angeht. Dann muss er nicht nur an eine Kreditauskunftei herantreten, sondern unter Umständen an mehrere Unternehmen.

Nicht nur Banken, sondern auch Vermieter, Telekommunikationsunternehmen oder Versandhäuser können auf Datenbestände zugreifen. Droht da der gläserne Verbraucher?

Wir nähern uns dem gläsernen Verbraucher an, aber er wird nie vollkommen durchsichtig werden. Die Datensammlung von Kreditauskunfteien ermöglicht zwar eine bessere Prognose von Ausfallwahrscheinlichkeiten, zum Beispiel bei Krediten, aber es gibt nie eine perfekte Prognose. Es gibt unvorhersehbare Lebensereignisse, die nicht unmittelbar statistisch prognostizierbar sind, wie das plötzliche Ende einer Ehe oder der Verlust des Arbeitsplatzes. Deswegen wird der Verbraucher nie vollkommen durchsichtig werden, aber die Transparenz erhöht sich.

Beim sogenannten „Scoring“ wird einer Person ein Punktwert zugeordnet werden. Dabei werden auch Merkmale wie der Wohnort mit einbezogen. Besteht da nicht die Gefahr, dass ganze Kundenklassen vom Markt ausgeschlossen werden?

Es gibt vereinzelt Fälle, wo Kundengruppen, die nicht besonders profitabel sind oder ein höheres Risiko haben, von Banken abgestoßen werden. Generell kann das Scoring positive und

negative Auswirkungen für die Betroffenen haben. Zu den positiven gehört, dass die Vergabe von Krediten und anderen Verträgen schneller geht. Sie können also bei einem Einzelhändler einen Kreditvertrag bekommen, ohne direkt in eine Bank laufen zu müssen. Aber es besteht die Gefahr, dass die automatisierten Entscheidungen für den Verbraucher undurchsichtig bleiben. Wenn er beispielsweise Zahlungsverzögerungen im Profil hat, kann es sein, dass der Betroffene schlechtere Kreditkonditionen bekommt oder einen beschränkten Zugang zu anderen Dienstleistungen und Produkten hat.

Bislang konnten Betroffene keine Auskunft über ihren eigenen Score-Wert erhalten. Die Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes soll die Informations- und Auskunftsrechte von Verbrauchern ausweiten. Halten Sie das neue Gesetz für ausreichend?

Es ist auf jeden Fall ein Schritt in die richtige Richtung. In anderen Ländern stehen Auskunfteien schon seit längerem im Wettbewerb miteinander. An diesen Beispielen kann man sehen, dass es nötig ist,

weitere Schritte in Richtung Verbraucherschutz und Transparenz zu gehen. Dazu gehört, dass der Konsument über die Datenweitergabe an Kreditauskunfteien und seine Rechte informiert werden muss. Die Aufklärung des Verbrauchers sollte so umfassend wie möglich sein.

Wie wird das neue Gesetz die Einwilligung des Konsumenten in die Weitergabe seiner Daten regeln?

Im Bankenbereich und für Kreditverträge wird eine Einwilligung in Zukunft nicht mehr nötig sein. Im Telekommunikationsbereich und in anderen Bereichen, wo Kreditauskünfte verwendet werden, muss weiterhin die Einwilligung gegeben werden. Es wird für den Verbraucher schwieriger zu durchschauen, wann Einwilligungspflichten oder -rechte bestehen und wann nicht.



Dr. Nicola Jentzsch,
Mitarbeiterin des
Centre for European
Policy Studies und
Gastwissenschaftlerin
am DIW Berlin

» Wir nähern uns
dem gläsernen
Verbraucher. «

Das Gespräch führte
Erich Wittenberg.

Das Interview zum
Anhören finden Sie auf
www.diw.de

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
(Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran
(Vizepräsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Dr. habil. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
PD Dr. Elke Holst
Carel Mohn
Vanessa von Schlippenbach
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01 805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen
vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

Walter Grützmaker GmbH & Co. KG,
Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung
– auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die
Stabsabteilung Kommunikation des
DIW Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.